



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES QUE ACUDEN AL RESTAURANT TURÍSTICO EL SOMBRERO DE TRUJILLO, AÑO 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en **Administración**

Autores:

Asmad Benites Zoila

Vasquez Cordova Mercedes

Asesor:

Mg. Robert Neciosup Guibert

Trujillo - Perú

2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS O TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

El Asesor completa las líneas puntuadas, marca con una "X" en los paréntesis "()" según corresponda y firma.

El Asesor: **Robert Alejandro Neciosup Guibert**, docente de la Facultad de Negocios, de la carrera de ADMINISTRACIÓN; ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión y verificación en programa de antiplagio del Informe de Tesis (X) o Trabajo de Suficiencia Profesional () de:

- ☐ Asmad Benites Zoila
- ☐ Vasquez Cordova Mercedes

Por cuanto, **CONSIDERA** que el Informe de Tesis (X) o el Trabajo de Suficiencia Profesional () titulado: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES QUE ACUDEN AL RESTAURANT TURÍSTICO EL SOMBRERO DE TRUJILLO, AÑO 2017, para aspirar al Título Profesional de: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA**, al o los interesados para su presentación

Trujillo, 15 de diciembre del 2018

Mg. Robert Alejandro Neciosup Guibert
Asesor

ÍNDICE

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	ii
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Formulación del problema	19
1.3. Objetivos	19
1.1.1. Objetivo general	19
1.1.2. Objetivos específicos	20
1.4. Hipótesis	20
1.1.3. Hipótesis general	20
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	21
2.1. Tipo de investigación	21
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	21
2.2.1. Población	21
2.2.2. Muestra	21
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	22
2.3.1. Técnica	22
2.3.2. Instrumento:	22
CAPÍTULO III. RESULTADOS	25
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	32
4.1. Discusión	32
4.2. Conclusiones	34
REFERENCIAS	35
ANEXOS	37
Anexo N° 1 CUESTIONARIO	37
Anexo N° 2 CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTOS	38
Anexo N° 3 MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS	41
Anexo N° 4 REGISTRO FOTOGRÁFICO	44
Anexo N° 5 MATRIZ DE CONSISTENCIA	46

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	<i>Nivel total de la satisfacción</i>	23
Cuadro 2	<i>Nivel de satisfacción: Elementos tangibles.....</i>	23
Cuadro 3	<i>Nivel de satisfacción: Capacidad de respuesta</i>	24
Cuadro 4	<i>Nivel de satisfacción: Seguridad.....</i>	24
Cuadro 5	<i>Nivel de satisfacción: Empatía.....</i>	24
Cuadro 6	<i>Nivel de satisfacción: Fiabilidad.....</i>	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Nivel de la dimensión elementos tangibles en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.	25
Tabla 2	<i>Nivel de la dimensión capacidad de respuesta en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.</i>	26
Tabla 3	<i>Nivel de la dimensión seguridad en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.</i>	27
Tabla 4	<i>Nivel de la dimensión empatía en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.</i>	28
Tabla 5	<i>Nivel de la dimensión fiabilidad en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.</i>	29
Tabla 6	<i>Nivel de satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El.</i>	30
Tabla 7	<i>Análisis de las dimensiones del nivel de satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.</i>	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de la dimensión elementos tangibles en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.	25
Figura 2. Nivel de la dimensión capacidad de respuesta en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.	26
Figura 3. Nivel de la dimensión seguridad en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017	27
Figura 4. Nivel de la dimensión empatía en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017	28
Figura 5. Nivel de la dimensión fiabilidad en la satisfacción de los clientes que acuden al restaurant El Sombrero de Trujillo, año 2017	29
Figura 6. Nivel de satisfacción de los clientes que acude al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017.	30
Figura 7. Análisis de las dimensiones del nivel de satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017	31

RESUMEN

El presente estudio de investigación tiene como propósito medir el nivel de satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de Trujillo, año 2017. Asimismo, el estudio asume una metodología cuantitativa, tipo no experimental, con diseño de investigación descriptivo y teniendo una población promedio de 500 clientes, con una muestra de 218 clientes aplicando un muestreo aleatorio simple probabilístico. Además, se tiene en cuenta el uso de la técnica de la encuesta aplicando como instrumento un cuestionario de 20 ítems con una validez de 99.2% en el alfa de Crombach, llegando a concluir que, nivel de satisfacción de los clientes que acuden al restaurant turístico El Sombrero de la ciudad de Trujillo, es de un nivel regular con un 74% y, sobre el análisis realizado de las dimensiones del nivel de satisfacción del cliente hallamos que, en un nivel alto destaca la dimensión Empatía con un 54%, con un nivel regular la Capacidad de Respuesta con un 66% y un nivel bajo la dimensión Elementos tangibles con un 27% respectivamente.

Palabras clave: Satisfacción; Cliente; Restaurante.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Blanco, J. (2009). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo Taurino y formulación de estrategias de servicio para creación de valor. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Consultado el día 22 de agosto del año 2017 de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>
- Coronel, C. (2016). Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del Cliente en el Restaurant Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza Lima. Pimentel - Perú: Universidad Señor de Sipán. Consultado el día 25 de agosto del año 2017 de <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/uss/2707/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández S. R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ª Ed.). México, D.F., México: McGraw Hill Interamericana.
- Drucker, P. (1990). La satisfacción de los clientes. Mexico: Jummp. Consultado el día 17 de octubre del año 2017 de <https://jummp.wordpress.com/2010/11/16/peter-drucker-y-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Gallardo, A. & Mori, M. (2017). Nivel de calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente premium Interbank tienda principal de Trujillo en el primer semestre del año 2016. Trujillo - Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Consultado el día 16 de setiembre del año 2017 de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2323/1/RE_ADMI_ADRIANA.GALLARDO_MARIA.MORI_NIVEL.DE.CALIDAD.DEL.SERVICIO.Y.EL.NIVEL.DE.SATISFACCION_DATOS.PDF
- García, M. (2011). Medición de la satisfacción del cliente en una empresa de RETAIL. Piura: Universidad de Piura. Consultado el día 17 de setiembre del año 2017 de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1464/AE_262.pdf
- Grande, I. (2000). Marketing de los Servicios. España: ESIC Editorial.
- Jara, K. (2014). Estrategias de calidad en los servicios para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes de la curtiembre Cuenca S.A.C. Trujillo – La Libertad, año 2014. Trujillo - Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Consultado el día 9 de setiembre del año 2017 de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/717/1/JARA_KIARA ESTRATEGIAS CALIDAD CURTIEMBRE.pdf
- Kotler, P. & Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. Mexico: Pearson Educación, S.A.
- Lehman, D. & Winer, R. (2007). Administración del Producto. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Ñahuirima, Y. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015. Andahuaylas - Perú: Universidad Nacional Jose Maria Arguedas. Consultado el día 7 de octubre del año 2017 de <http://repositorio.unajma>.

- [edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuirima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Oliver. (1981). Developing Better Measures of Consumer Satisfaction: Some Preliminary Results. Mexico: NA - Advances in.
- Oliver, R. (1989). Processing of the satisfaction response in consumption: a suggested framework and research propositions. Mexico: Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour.
- Ross, C., Frommelt, G., Hezelwood, L. & Chang, R. (1987). The role of expectations in patient satisfaction with medical cares. Texas: JHCM.
- Rust, R. & Oliver, R. (1994). Service Quality Insights and Managerial Implications from the Frontier. In Rust, R.T y Oliver, R.L. . Beverly Hills: Service Quality New Directions in Theory and
- Tafur, R. & Espinola, L. (2013). Nivel de satisfacción en los servicios del restaurante, bar, snack cabaña y cafetería del Golf y Country Club de Trujillo. Trujillo - Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Consultado el día 20 de setiembre del año 2017 de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/211/1/TAFUR_ROSA_NIVEL_SATISFACCION_RESTAURANTE.pdf
- Thompson, I. (2005). La Satisfacción del Cliente. Colombia: Promonegocios. Consultado el día 26 de agosto del año 2017 de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>
- Thompson, I. (2006). La Satisfacción del Cliente. Mexico: unid.edu.mx. Consultado el día 12 de agosto del año 2017 de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf
- Zeithami, V., Parasuraman, A. & Berry, L. (2002). Marketing de servicios: un enfoque que de integración del cliente a la empresa. Mexico: McGraw-Hill.